



TITLE:

氷山の一角に最大の表現力を -- 『
乃木坂って、どこ?』から考える伝
え力のある番組の作り方--

AUTHOR(S):

周, 文卿

CITATION:

周, 文卿. 氷山の一角に最大の表現力を -- 『乃木坂って、どこ?』から考
える伝え力のある番組の作り方--. デザイン学論考 2019, 15: 77-81

ISSUE DATE:

2019-02

URL:

<http://hdl.handle.net/2433/237378>

RIGHT:

氷山の一角に最大の表現力を

—『乃木坂って、どこ?』から考える伝え力のある番組の作り方—

To build the surface part of an iceberg. -Thoughts on making TV program, referring to *Nogizakatte, doko?*

周 文卿

ZHOU, Wenqing

京都大学大学院情報学研究科知能情報専攻修士2回生
京都大学デザイン学大学院連携プログラム5期生



1. はじめに

最近ブームになっているアイドルグループに、乃木坂46がある。最初は私も多数のアイドルグループのひとつとしか思わなかった。しかし実際に彼女たち初のバラエティ番組、『乃木坂って、どこ?』を見てみると、心に響いて、かなり面白いと感じた。

25分間の番組で見えるのは、あくまで彼女たちの人生の氷山の一角にしか過ぎない。しかし彼女たちが努力する姿や、段々と築いてきた絆、日進月歩の表現力を番組はしっかり伝えてきた。まるで彼女たちの側と一緒に成長してきた感じだった。番組がどうやって彼女たちのイメージを生き生き書き上げたのか、ここで試論してみたいと思う。

2. 背景紹介

2.1 乃木坂46って、誰?

乃木坂46は、2011年に秋元康先生が国民的アイドルグループAKB48の他に立ち上げた「公式ライバル」である。乃木坂46はAKB48と違い、「コンセプトがないのをコンセプト」に、「AKB48が歩んで来た5年の軌跡を5ヶ月で追いつくⁱ」という目標が課された。円陣ⁱⁱの掛け声では「こちらは乃木坂の上り坂ⁱⁱⁱ」という努力家のイメージを作り上げ、「個人の個性を封印してグループとしてブランディングをしています^{iv}」という評論もあった。

ⁱ テレビ愛知『乃木坂って、どこ?』Episode #001

ⁱⁱ 円陣とは、士気を高めるため、メンバーが輪状に並んでいる様子である。

ⁱⁱⁱ AKB48、乃木坂、櫛坂の円陣の掛け声 http://yatemota.sakura.ne.jp/idol/other/circle_shout/index.html

^{iv} 有馬賢治「日本を読み解くマーケティング・パースペクティブ」『乃木坂&櫛坂、なぜAKBと人気逆転? AKBというビジネスモデルの終焉か』 https://biz-journal.jp/2017/07/post_20012_2.html

2.2 『乃木坂って、どこ?』とは?

『乃木坂って、どこ?』は、乃木坂46のメンバー（以下は「メンバー」として略す）が様々な企画に挑戦することで、それぞれの実力やパーソナリティを表現するテレビ愛知が制作していたテレビ番組であった^v。『乃木坂って、どこ?』は乃木坂46の初のテレビ番組である^{vi}。番組の特徴として、制作現場の人数が普通のバラエティ番組に比べて多いことが挙げられる。また、180回の放送を通じて、乃木坂46の一人一人が立派なアイドルに成長していく三年間を覗けることが特徴であると考えられる。

3 メンバーのイメージをうまく伝えた要因の試分析

3.1 企画の内容

『乃木坂って、どこ?』の企画内容は大きく次の三つに分類できる。「当時の出来事」「メンバーの特徴を掘り出す」「バラエティ勉強」である。

まず、「当時の出来事」は、アイドルグループとしての活動を取り上げて企画にする分類である。例えば初期のデビュー発表、全国PRツアーなどを取り上げていた。また、新しい曲を作るたびに、選抜メンバー発表とヒット祈願という常連企画も行われる。この企画では、主にメンバーの近況を知らせ、アイドルとしての実力を見せ、そして努力と絆を見せる。次の「メンバーの特徴を掘り出す」の企画では、例えば体力測定、特技披露、裏話などが披露される。企画を通じて、観衆の中のメンバーのイメージを磨き上げていた。

最後の「バラエティ勉強」は、バラエティ番組でよくある企画である。例えばいろんなゲーム、ドッキリ、クイズ、相談室などをメンバーにやらせて、トーク力、リアクション表現力をステップアップさせる企画である。観衆としても、バラエティ番組で求まれている反応や、人にインパクトを残せる言い方などについての勉強になった。

もちろん、「コンセプトがないのをコンセプト」なので、枠に当てはまらない「自然にわいて来た」企画も多い。例えばMC（番組の流れを取り仕切る人）のバナナマンさんが約束した服のプレゼントを一緒にロケで買うなど、番組を面白くするためメンバーの総合能力を試す企画がたびたびあった。

このように色んな企画が無造作に混じり合うことで、メンバー個人だけではなく、グループとしてのイメージもエピソードとして覚えることができる。また、メンバーの成長と共に、観衆もエンターテインメント業界の一角を覗いた満

^v テレビ愛知 (2011~2015) <https://tv-aichi.co.jp/nogizaka46/?PHPSESSID=1c5da47384c39af240d7cfd766cae640>

^{vi} Wikipedia 乃木坂46の出演一覧 <https://ja.wikipedia.org/wiki/乃木坂46の出演一覧>

足感が得られる。そして、最も大事なのは、観衆と同じ素人だったメンバーたちの成長を見ることが、メンバーに対して視聴者が共感を得られ、メンバーと視聴者の心理的な距離が縮んでいくことである。

3.2 アットホームな環境

動物観察と同じように、人間観察も整った環境ではないといい成果が出ない。MCとスタッフはまさに環境の重要な構成要素である。メンバーとMCとスタッフの仲が良くなって、アットホームな環境を作らないと、メンバーは自分の特徴を出しにくいだろうと私は思う。

具体的に言えば、選抜発表^{vii}という試験合否発表のような残酷な場面では、MCのバナナマンさんがトークの実力を発揮し、客観的なコメントと共に、メンバーの心を支えたり、年長者としての意見をメンバーいっぱい与えたりした。彼らは後ほど「乃木坂ちゃんの公式お兄ちゃん」の称号も手に取った。スタッフさんも番組に顔を出した時もあり、乃木坂46のメンバーとの仲も良かった。たまにメンバーにとって無理そうな企画を出すこともあったが、それらの企画も結局はメンバーの成長に繋がったと思われる。

このように、素の自分を見せる、全力に前に進めるアットホームな環境が整っていたからこそ、我々は彼女たちの輝く姿を見ることが出来たのだ。

3.3 メンバー自身をうまく利用する

番組の進展と共に、運営、スタッフ側もメンバーの性格と特徴をよりよくわかるようになってきていた。そこで方向を転換し、メンバーの性格と特徴に合わせた企画を作ることで、よりいい効果が出ると考えられる。例えば、第130話「乃木坂法廷」では秋元真夏さんの「計算高い振る舞い」を取り上げ、グループ内で議論していた。そこで秋元真夏さんのイメージがさらに定着し、白石麻衣さんも秋元真夏さんの腹黒いそぶりに対して嫌がる表情が有名になり、秋元真夏さんのツッコミ役という新しいキャラクターを作り上げることができた。また『乃木坂って、どこ?』を収録するDVD『推しどこ?』では、秋元真夏さん、白石麻衣さん二人とも第130回を勧めた。

また、彼女たちの感情を見せた瞬間を捕捉するカメラさんの仕事、映像をカットし組み合わせたスタッフさんの仕事も、彼女たちに対する理解を元に、フ

^{vii} 選抜発表とは、選抜メンバーとアンダーメンバーの選考結果を発表するイベントである。選抜メンバーは当時リリースする主題曲の演唱とMV (music video) の撮影、そして『乃木坂って、どこ?』の制作などに関わる。アンダーメンバーは稀に『乃木坂って、どこ?』の企画に関与することと、CD最後の一曲の制作に参加するほかに、メディアに顔を出せる機会はほぼない。選考の基準は不明だが、人気、グループに対する貢献、新曲との相性であることが考えられる。https://www.facefrog.net/entry/selection_method

アンが知りたいところをさらに掘り出してくれた。

こうしてメンバーの特徴にだんだんと企画を合わせて行く制作が、彼女たちの全貌を伝えて来た理由ではないかと考えられる。

4. 番組分析のさらなる課題

第3節では『乃木坂って、どこ?』は、乃木坂46メンバーの人生の氷山の一角にしかならないのにもかかわらず、メンバーのイメージを伝えて来た理由を試論した。しかし、実際に分析してみると、テレビ番組はかなり複雑で難しい分析対象であることに気づいた。本節は番組分析の複雑性の一部を取り上げる。

4.1 多角度から見られる複雑性

『乃木坂って、どこ?』を精神的人工物、情報の集合として見ると、番組はグループのインタフェースとして、どんな情報を伝えてきたか、どんな情報を隠したのかを考察すると面白い。例えば乃木坂46の選抜発表では『乃木坂って、どこ?』で観られる、メンバーの努力や落選の悔しさを伝えたが、具体的にどういう基準で放映するメンバーを選んだのかは明らかにされなかった。

『乃木坂って、どこ?』は運営、メンバー、家族、地方の人々など大勢な人が関わっており、組織のデザインの角度からは分析することが出来る。また、乃木坂46はすでに文化現象であると言えるので、文化のデザインの角度からも、『乃木坂って、どこ?』がどのように文化に貢献したかを分析することもできる。

4.2 時間の流れから見られる複雑性

『乃木坂って、どこ?』という番組の醍醐味は、人の成長を見ることが出来るところだと思う。学生のままグループに入ってきた彼女たちが、だんだんとお笑いも、演出表現も得意な一人前の出演者になることに凄い感動を覚えた。

つまり、彼女たちの成長は番組から切り離せない大事な一部である。『乃木坂って、どこ?』はバエラエティでありながら、ドキュメンタリーの要素も含んでいる。時間の流れも考えることで、番組の分析が点ではなく、面になる。

具体的に言えば、まずは前後の行動をカットしても、物語を観衆に伝える技術。人の行動には原因があるので、一つの面白い行動を取り上げるには、原因となる行動も含まなければならない。出演者の面白い行動を最大限に捕捉するためには、カメラマンを始め、制作側のスタッフの「行動を読み取る技術」が必要である。さらに、彼女たちの特性を伝える番組としても、彼女たちの特性を引き

出し、伸ばさなければならない。さもなければ、番組の題材がいつか尽きてしまう。

4.3 即興の演出による複雑性

「コンセプトがないのをコンセプト」はもちろんのこと、台本があっても、番組の作りパターンがあっても、主に番組で実際に輝くところは出演者の即興演出にあると思われる。即興演出が予測できてしまうと面白みがなくなる一方で、予測が付かなければ制作に支障がでてしまう。それが番組制作の一番難しい所であると思われる。

即興性による問題を具体的にカメラマンの視点から見てみよう。現場のカメラで撮れるシーンは限られているので、カメラマンは出演者の行動を予測しなければならない。スタジオで行った生の演出が観衆に届くまでの情報の流れを考えると、カメラマンは第一回目のフィルターである。そのあとカットなどの制作過程と異なり、カメラマンが撮り逃すと取り戻すことはできない。

5. まとめ

今回の試論は観衆の立場から脱出し、主に『『乃木坂って、どこ?』は乃木坂46メンバーの人生の氷山の一角として、どのように彼女たちのイメージを観衆によく伝えてきたのか』について分析した。そして分析の途中で気づいた番組の奥深さについても論じた。テレビ番組はエンターテインメントでありながらも、学術の目線からみることも可能であることが、みなさんに少しでも伝えたら幸いである。

「デザイン学」への問い

- + 即興性の演出について本当に分析できないのか。即興性のデザインには本当にパターンがないのか。
- + 生活から切り離れるではなく、デザインの複雑性を直面する分析は、どんなあり方でしょうか。